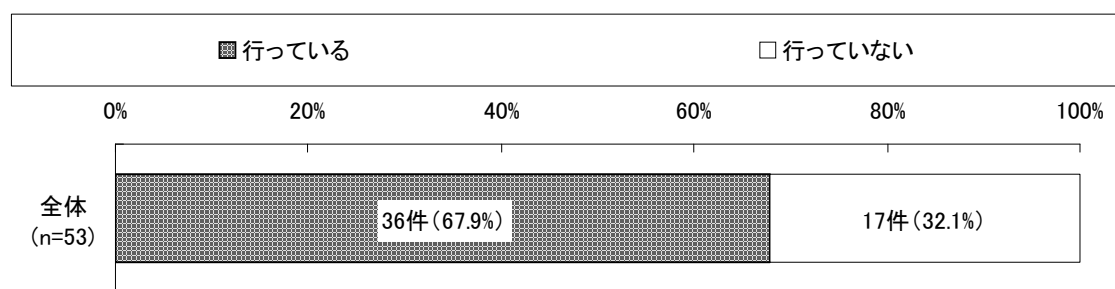


Ⅱ 老人クラブ連合会事務局調査の集計結果

1. 消費者教育（啓発）事業の実施状況

（1）消費者教育（啓発）事業の実施状況

問 貴老人クラブ連合会で消費者教育（啓発）事業※を行っていますか。
（1つ選択）



消費者教育（啓発）事業の実施状況を見ると、「行っている」と回答したのは、67.9%（36区市町村老人クラブ連合会事務局）となっており、約7割の事務局において消費者教育（啓発）事業が行われている。「行っていない」は32.1%（17事務局）となっている。

※本調査における「消費者教育（啓発）事業」について

○消費者教育（啓発）事業の目的

- （1）消費者被害・事故にあわない消費者を育成する。
- （2）安心して豊かな生活を送るため、自ら気づき、考え、行動する消費者を育成する。
- （3）「持続可能な社会」について自覚し、行動する消費者を育成する。

○具体的には、以下のような内容が考えられます。

○消費者トラブルとその対処法について

悪質商法の手口とその対応方法 など

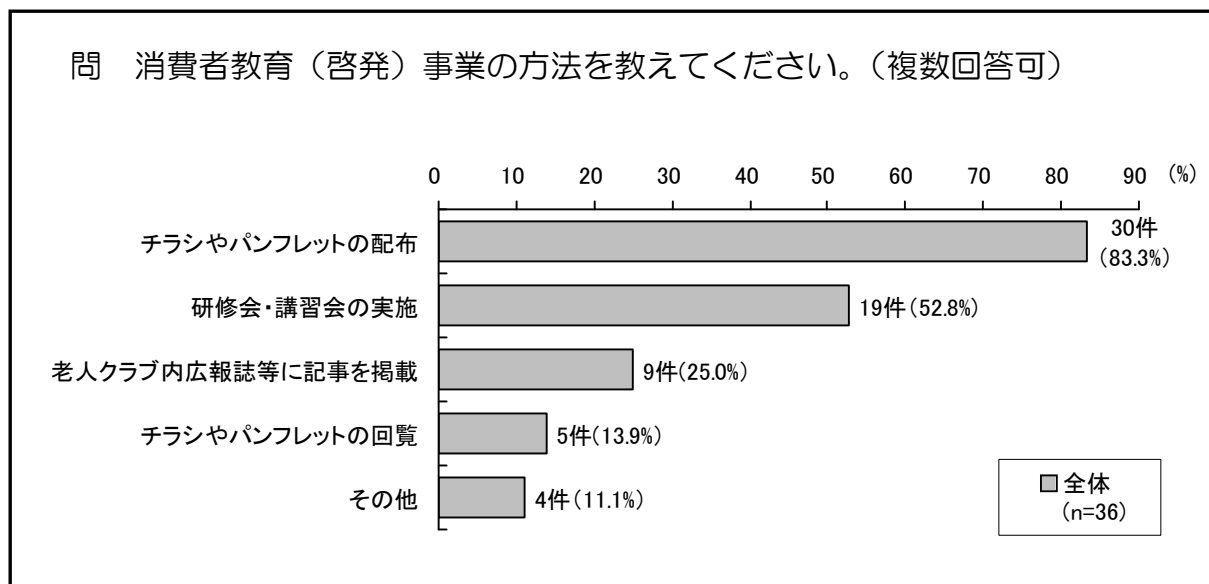
○消費生活に関する知識（暮らしていく上で必要となる知識）について

食品や製品の安全と表示、契約についての知識、スマートフォンの使い方 など

○「持続可能な社会」への貢献について

グリーンコンシューマー（環境へ配慮した商品・サービスを選択肢購入する消費者）など

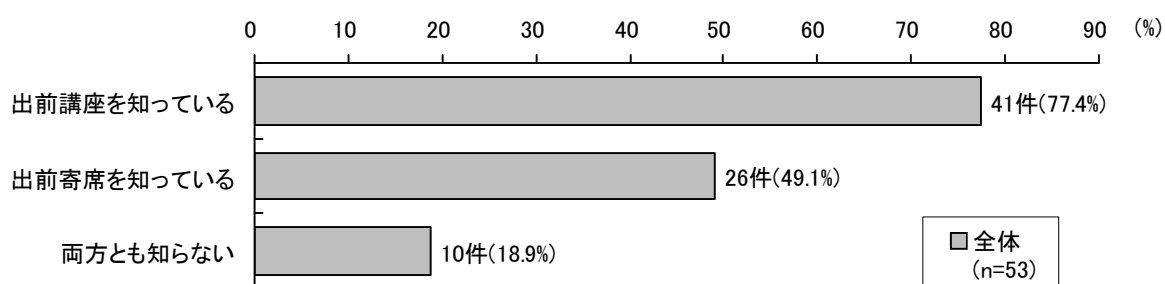
(2) 消費者教育（啓発）事業の実施方法 （消費者教育（啓発）事業を行っている事務局に質問）



消費者教育（啓発）事業の実施方法は、「チラシやパンフレットの配布」が 83.3%（30 事務局）で最も高くなっている。次いで「研修会・講習会の実施」が 52.8%（19 事務局）、「老人クラブ内広報誌等に記事を掲載」が 25.0%（9 事務局）と続いている。その他の具体的な内容としては、「防犯協会・警察署等による講話の実施」などが挙げられている。

(3) 東京都の「出前講座」、「出前寄席」の認知状況

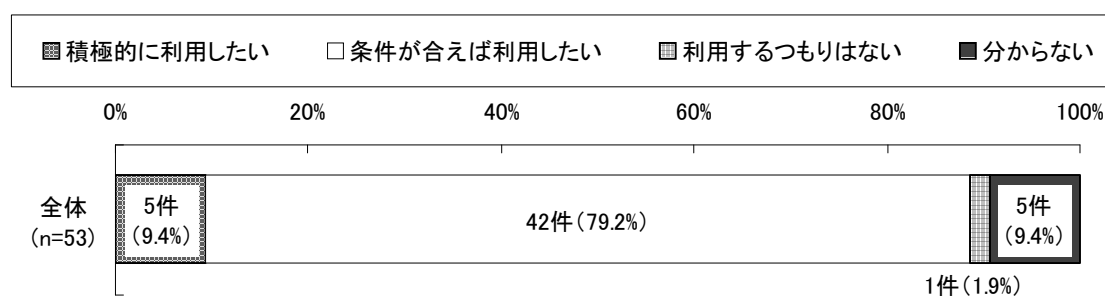
問 東京都では、消費者啓発員が講師となって出向き、消費生活に必要な情報を伝える「出前講座」、消費者啓発ボランティアが出向き、落語・漫才・コントで悪質商法の手口などを伝える「出前寄席」を行っています。これらの事業について知っていますか。(1つ選択)



東京都の「出前講座」、「出前寄席」の認知状況を見ると、「出前講座を知っている」が77.4% (41 事務局)、「出前寄席を知っている」が49.1% (26 事務局)となっている。「両方とも知らない」が18.9% (10 事務局)と2割となっている。

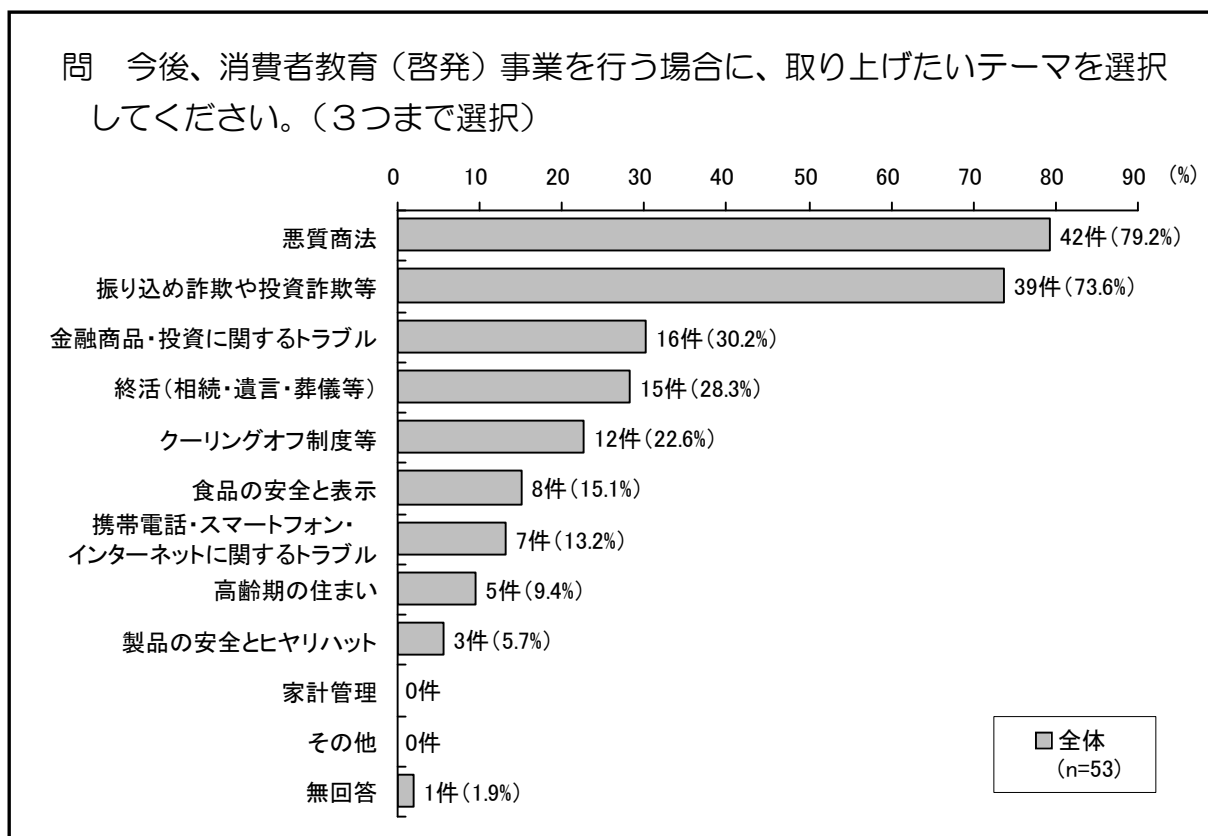
(4) 東京都の「出前講座」、「出前寄席」の今後の利用意向

問 東京都で行っている「出前講座」及び「出前寄席」の今後の利用について選択してください。(1つ選択)



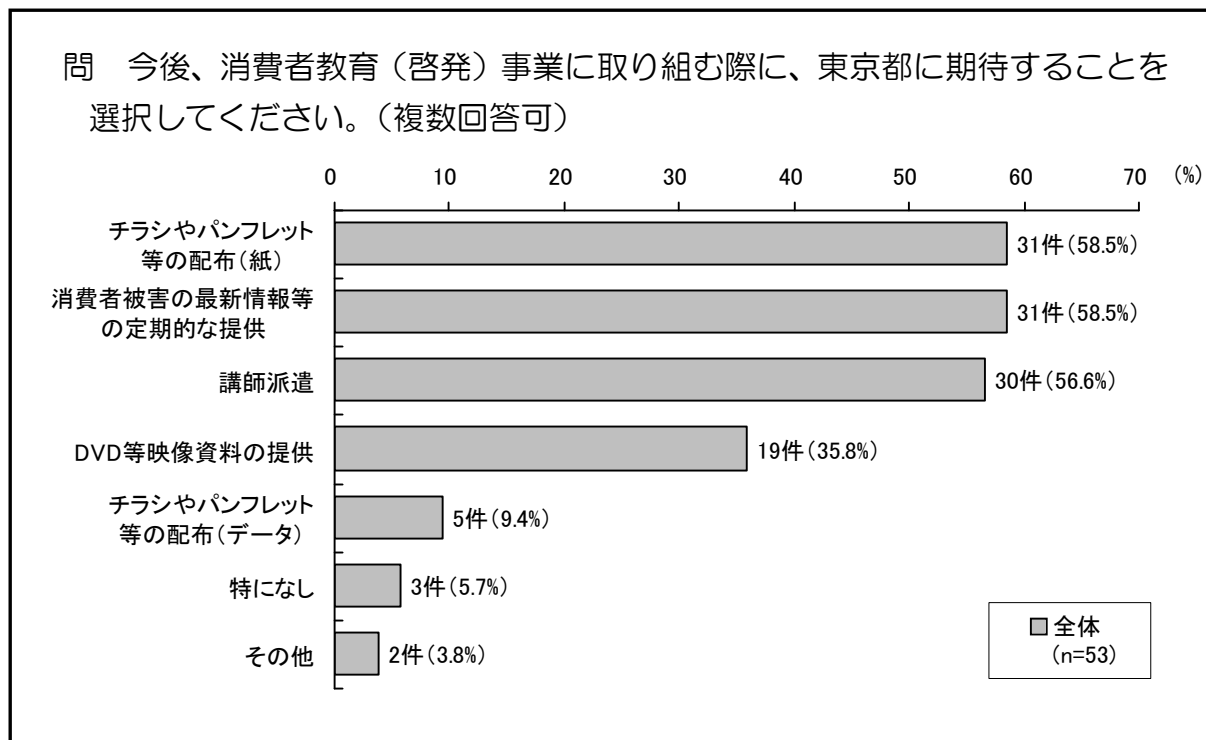
東京都の「出前講座」、「出前寄席」の今後の利用意向について見たところ、「積極的に利用したい」が、9.4%（5事務局）、「条件が合えば利用したい」が79.2%（42事務局）となっている。「利用するつもりはない」は、1.9%（1事務局）となっている。

(5) 消費者教育（啓発）事業で取り上げたいテーマ



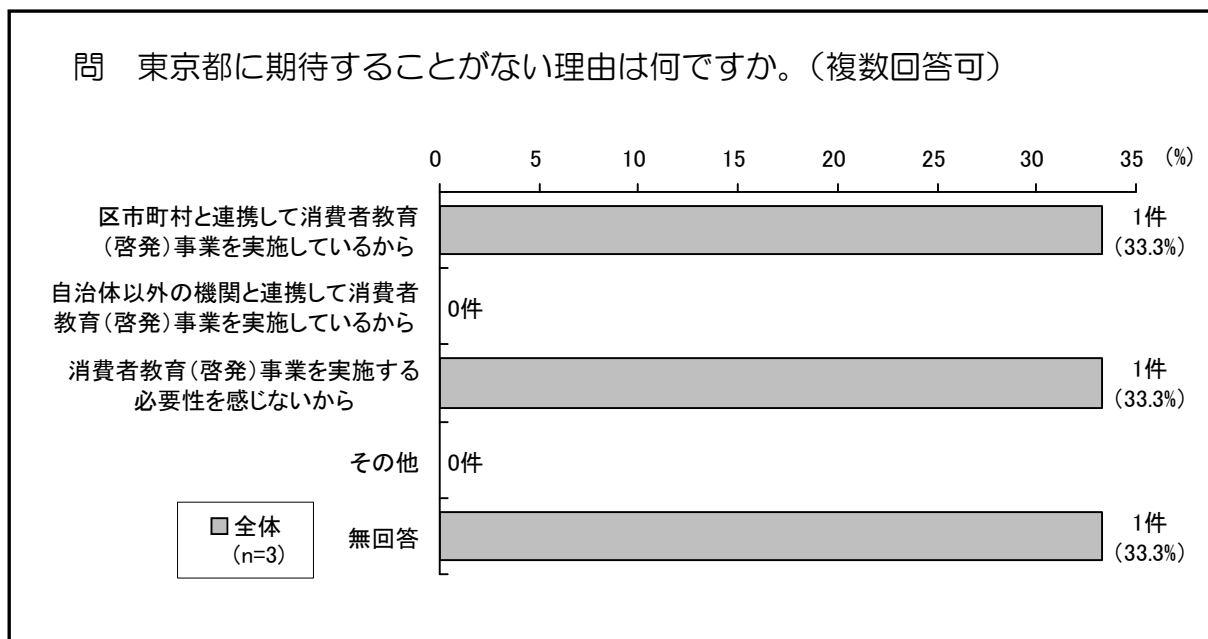
消費者教育（啓発）事業で取り上げたいテーマは、「悪質商法」が79.2%（42 事務局）と8割となっている。次いで「振り込め詐欺や投資詐欺等」が73.6%（39 事務局）、「金融商品・投資に関するトラブル」が30.2%（16 事務局）、「終活（相続・遺言・葬儀等）」が28.3%（15 事務局）となっている。

(6) 消費者教育（啓発）事業で東京都に期待すること



消費者教育（啓発）事業で東京都に期待することは、「チラシやパンフレット等の配布（紙）」と「消費者被害の最新情報等の定期的な提供」が同率の58.5%（31 事務局）で最も高くなっている。次いで「講師派遣」が56.6%（30 事務局）、「DVD等映像資料の提供」が35.8%（19 事務局）と続いている。その他の具体的な内容としては、「日常目にする物を活用した啓発物の提供」などが挙げられた。

(7) 消費者教育（啓発）事業で東京都に期待することがない理由
 （消費者教育（啓発）事業で東京都に期待することがないと回答した事務局
 に質問）



消費者教育（啓発）事業で東京都に期待することがないと回答した事務局（3 事務局）から、その理由として、「区市町村と連携して消費者教育（啓発）」事業を実施しているから」と「消費者教育（啓発）事業を実施する必要性を感じないから」が挙げられた。